图书情报工作
第 63 卷 第 18 期 2019 年 9 月

大学经典阅读推广模式效果的实验对比研究*

■ 朱原谅[1] 陈幼华[2]
[1] 常熟理工学院图书馆 常熟 215500 [2] 上海交通大学图书馆 上海 200240

摘要：［目的/意义］比较不同经典阅读推广模式的效果，推动经典阅读推广实践卓有成效地开展。［方法/过程］根据阅读推广活动对于受众阅读过程与效果的把控程度，将当前的经典阅读推广方式分为经典书目推荐模式、常规阅读交流模式、阅读项目模式、阅读共同体模式，采用实验研究、问卷调查的方式，对比分析 4 种模式的推广成效。［结果/结论］阅读共同体模式是大学经典阅读推广的理想模式。

关键词：大学 经典阅读推广模式 实验效果 阅读共同体
分类号：G252
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2019.18.005

1 研究背景

在构建全民阅读社会的进程中，阅读推广不仅成为公共图书馆的核心业务，也成为高校图书馆的重点服务内容。根据前期面向全国高校图书馆的调查，91.53% 的被调研者认为所在图书馆重视阅读推广工作，68.93% 的图书馆常年开展阅读推广工作。数据说明高校图书馆普遍重视及开展了阅读推广工作。其中，人文经典是各高校图书馆的推广重心，以 88.14% 的被选频次居各类资源之首[1]。由之可见，经典阅读推广已成为高校图书馆阅读推广工作的主体构成部分。基于丰富多彩的校园经典阅读推广实践，研究人员展开了大量研究。在国知网 CNKI 数据库中利用题名字段检索“经典＊阅读”，共得到 1 869 条结果（检索于 2019 年 3 月 10 日）。结果显示 1956 年即有文献研究经典阅读方法的问题，至 2008 年当年已有超过 50 篇文献，此后一直处于增涨态势，2011 年有 104 篇，2015 年突破至 214 篇，2017 年达到 279 篇。考察这些文献的主题，涉及对经典阅读意义、价值的探讨与呼吁、经典阅读与文化传承和人文素质提升的关系、经典与通识教育的关系、经典阅读方法、图书馆经典阅读推广策略[2]、运用新媒体和新技术手段推介经典，以及中小学经典阅读教育等[3]。在这些以理论性分析阐述为多数的研究中，一些研究者总结了经典阅读推广实践存在的问题，例如王宇等指出许多图书馆对于经典阅读是一派茫然以至于无动于衷[4]，屈哨兵等认为经典阅读推广实践还缺乏体系性、有效性和可持续性[5]；另一些研究者从全面推进经典阅读、提升经典阅读推广成效的角度，提出更为体系化的经典阅读推广体系模式设计，如陈幼华等提出从实体空间、移动平台、多元推广活动的角度来构筑经典阅读推广体系[6]，朱原谅等提出含实体空间、推广平台、推广项目、测试系统、效果评价在内的“五维一体”大学经典阅读体系[7]。对于阅读推广的效果评价，有研究者提出评价指标体系，如岳修志基于公共项目视角提出含 6 个一级指标、19 个二级指标及 92 个三级指标的阅读推广活动评价指标体系[8]；还有各种阅读推广效果评价方法的研究，如基于动态模糊综合评价[9]、精细化评价[10]、AHP 法[11]等，这些研究都是基于某一种阅读推广模式的效果评价方法。在已出版的与经典阅读相关的文献中，未见采用实验研究法来研究不同经典阅读推广模式效果的文献。

综合而言，当前大学校园的经典阅读推广方法、模式非常立体多元，但缺乏检测不同模式实施效果的实证性研究。当前我们处于一个高度重视文化自信与传统优秀文化传承的时代，推广经典阅读是推进这个时代使命的基础路径。因此，基于科学证据来探寻有效的经典阅读推广模式，是当下所有经典阅读推广主体

＊ 本文系国家社会科学基金资助项目“高校图书馆延伸服务的理论与实践研究”（项目编号：14BTQ016）研究成果之一。
作者简介：朱原谅（ORCID：0000－0001－8719－6736），发展研究室主任，副研究馆员，E-mail：7397607@qq.com；陈幼华（ORCID：0000－0002－1686－6306），副研究馆员，博士。
收稿日期：2019－01－02 修回日期：2019－03－17 本文起止页码：40－46 本文责任编辑：王传清

都需要思考的命题。为此,本研究拟开展两项工作:一是采用特征归类原则对当前大学经典阅读推广模式进行梳理总结与分类;二是采用实验研究法、问卷调查法对比分析不同模式的效果,由之来判明效果最优的经典阅读推广模式,以为大学校园的经典阅读推广实践提供实质性的指引。

2 经典阅读推广实践模式总结

综合推广的各种形式,以及在阅读推广过程中的尝试和实践,本研究将大学经典阅读推广总结为4种模式。如表1所示:

表1 4种模式要素

模式	书目	交流活动	激励方式	阅读过程	效果评价	专家引领	阅读文化
书目推荐	有	可有可无	无	无	无	无	无
阅读交流	有	有	无	无	无	无	无
阅读推广项目	有	有	有	无	无	无	无
阅读共同体	有	有	有	有	有	有	有

2.1 书目推荐模式

书目推荐模式以经典书目推荐为主,在活动中组织者发布经典书目,有条件的组织者会组织读者开展阅读交流活动。目前几乎所有高校图书馆都会发布经典阅读推荐书目,但一般不涉及阅读过程控制和阅读效果评价。

2.2 阅读交流模式

阅读交流模式主要以单一阅读交流活动的形式开展,这类活动以读者交流为主体,找数位核心读者进行阅读交流,或者邀请阅读指导者加入,主要以介绍某本、某类经典内容或者交流阅读经验为主。活动形式主要为读书会、真人图书馆等,不涉及到阅读过程控制和阅读效果评价。

2.3 阅读推广项目模式

阅读推广项目模式以项目的形式开展,有策划、有组织、有目标,大多辅以相关激励措施,活动形式有书评大赛、诵读大赛及各种表演赛等。实际的活动如一校一书[12]、一城一书[13]、师生共读[14]、经典书评征文大赛、经典诵读大赛[15]等,其最后的结果就是评选优秀、给予奖励,但阅读过程和阅读效果评价依然很难把控。

2.4 阅读共同体模式

阅读共同体模式主要借助共同体理论而建立。这种模式目前比较少见。共同体以其强大的凝聚力和成员拥有浓厚的归宿感,成为人类在个人力量难以解决的社会困境和危机的推动下、为促进和完善成员的个人意志、从而达到团体最大效益而形成的群体[16]。共同体中权威力量的存在使共同体拥有凝聚力,也成为共同体安全的庇护所和共同体成员进步的保障。共同目标、身份认同和归属感,是共同体的主要特征,共同体文化构建是其持续发展和前进的主要支柱[17]。在阅读群体方面,阅读协会、阅读社区等也是一种阅读群体,但这些阅读群体都以开展前3个模式的阅读推广活动为主,成员在形式上相对松散,不具有强大的凝聚力,也没有紧密的协作关系。而阅读共同体成员相互之间有着共同的、有约束力的思想信念,并在权威引领下构建积极、强烈阅读协作关系而形成凝聚力和归宿感。面对目前阅读推广效果难以把控的现状,阅读共同体以成员良好的凝聚力和归宿感,加上权威专家的引领、阅读推广人有效的管理以及阅读共同体文化的建设,有望成为阅读推广效果不佳的解决途径。因此,阅读共同体模式是在多元阅读空间中为成员提升与阅读相关的各种能力、养成阅读习惯、获取知识实现人生价值而开展的,由专家引领、阅读推广人组织、读者参与的具有一种相互影响的强烈协作关系和激励措施并构建共同体文化的阅读推广模式。

目前出现的阅读共同体模式雏形有西北工业大学的小白大挑战——21天读书签到排位赛[18]、南京航空航天大学暑期训练营[19]、沈阳师范大学的"游学阅读"等模式[20]。但这些雏形并未形成一个固定的阅读模式、可持续发展的机制和阅读共同体文化,也没有专门在经典阅读方面做出探索,还需要进一步完善。

3 实验设计

3.1 实验模式设计

基于上述4种模式,本研究设计一系列实验,通过问卷调查的方式对实验结果进行对比分析。

为测试不同模式的效果,本研究根据受控程度,利用某高校的多个学生阅读组织,设计4类对比检测模式,每组和以上几种模式一一对应。第1组是书目推荐组,由读者自行组织活动,目的是推荐经典。第2组是阅读交流组,由阅读推广人和读者群体参与,目的是利用经典阅读交流活动,引起读者的阅读兴趣。第3组是阅读项目组,由阅读推广人和学生群体参与,以项目的形式策划并实施,要求有阅读任务,并辅以激励方式,目的是培养经典的阅读习惯和阅读兴趣。在模式分类中,这一组活动如经典书评征文大赛、全校共读一本书等,笔者所在高校以往每年都有举办,但没有阅读

过程控制,也难以实施阅读效果评价。而在实验时,笔者团队已经将共读一本书活动升级,变成有阅读过程控制的活动,因而效果更加明显。第4组是阅读共同体组,由阅读推广人、导读专家、读者群体共同参与,并辅以激励方式,将阅读成果固化以形成共同体文化,目的是培养经典阅读的习惯和兴趣,并形成浓厚的经典阅读氛围和阅读文化。

3.2 受测对象选择

受测对象都来自某高校图书馆的学生阅读组织。该高校图书馆指导下的学生阅读组织非常多,本实验选择了A、B、C、D共4个群体组织进行测试。这些组织所举办的阅读活动有深有浅,也符合实验组别的设计。

书目推荐组的受测成员来自A协会,由协会会长组织活动,构建会员交流群,参与人数200人。阅读交流组的受测成员来自B群体,由阅读推广人指导,带领学生阅读并组织活动,实际受测时,该组成员来自该校某学院大一和大二的部分学生,参与人数150人。阅读项目组的受测成员来自C协会,由图书馆阅读推广人指导,参与人数100人。阅读共同体组的受测成员来自D经典阅读小组,由阅读推广人指导,专家参与导读,小组组长组织活动,参与人数80人。为了保证所有测试结果不收干扰,所有的测试成员本身并不知道处于实验环境中,从而保证了实验结果的客观和真实。

3.3 实验过程

本次实验并未在同一时间完成,时间跨度较长,每组实验分开实施。

参与书目推荐组的A协会已成立20年。在2017年世界读书日之后,协会指导教师要求协会会长每日发布阅读主题,推荐阅读,正式进入受测日期。协会会长在读者协会QQ群里每天晚上九点发布阅读主题,每周五组织阅读交流活动,包括阅读分享、阅读观影会等各种活动,活动截止日期为2018年4月23日,为期一年。但这项活动后来已经形成了群体成员的一种习惯,因此目前一直还在持续。实验随机选择了一周进行跟踪和调查。

参与阅读交流组的B群体,从2015年成立至今,已经开展了超过60场阅读推广活动。实验选择了2018年5月的一项活动进行跟踪和调查。该活动从4月份开始策划,由图书馆联合某学院团委共同组织,并由学院学生会承办,所有参与成员选择了阅读经典《悲惨世界》。在为期一个月左右的阅读之后,于5月23日举办了大型阅读交流会。

参与阅读项目组的C协会成立于2016年。该协会经常开展经典诵读活动,其成员多次在各级大型诵读比赛中荣获佳绩,2018年荣获全国大学生中华经典诵读比赛一等奖。同时,该协会也经常举办经典阅读交流活动。本次实验选择了该协会开展的《三国演义》阅读交流活动进行跟踪和调查。活动于2018年3月份以项目的形式开始策划,4月份正式实施,4月25日晚上举办了大型阅读交流活动。组织者为参与者设定了21天阅读习惯养成计划,并和学生所在院系紧密接触,由院系推选有较强组织能力的学生阅读推广人配合实施。活动发起后,通过网络平台,学生阅读推广人每天发布阅读任务;参与活动者每天完成任务、描述阅读内容、摘抄经典片段和撰写阅读心得上传到网络平台中,最后撰写经典书评。激励措施为获得某种奖励和荣誉。

参与阅读共同体组的D经典阅读小组由图书馆阅读推广人于2017年9月开始组建。活动策划在阅读项目组的基础上增加了专家的引导和实时的阅读交流。组织者为所有成员设定了一个学期的阅读计划,时长大于阅读项目组的21天,但并未要求成员一个学期读多少本书。活动发起后,邀请专家为成员做了关于经典阅读技巧、经典书评写作技巧、经典诵读技巧的3场讲座,负责每本经典的导师为成员做了经典导读讲座,引导成员阅读经典、表达阅读感悟。学生阅读推广人通过网络平台每天发布阅读任务,对阅读过程进行控制与跟踪,参与活动者每天完成任务、描述阅读内容、摘抄经典片段和撰写阅读心得,并上传到网络平台中。每周一次的阅读交流活动都由不同的学生阅读推广人负责策划和组织,有主题并邀请专家或导师参与评价、答疑和互动,对优秀阅读者、优秀书评、经典测试成绩优秀者进行表彰。在一个学期内,每周一场、连续组织了10场经典阅读交流报告会。活动结束后,组织者对阅读过程和结果进行总结,形成相关机制和文化,并对成果进行了固化——集成册子出版。

由于4个实验时间跨度过大,而且每组没有统一的时间长度,就时间的长短对于阅读推广效果的影响做一个解释。在第1项A实验中,迄今为止已经持续了近两年时间,读者人员固定,每周都是如此,本研究选择其中一周的活动调研其阅读推广效果;在第2项B实验中,阅读推广活动持续近三年时间,几乎每月都有同一模式的阅读推广活动,本研究选取了其中一次活动调研阅读推广效果;第3项C实验中,为了凸显效果,在本模式中增加了效果控制中的21天阅读习惯训

朱原谅，陈幼华. 大学经典阅读推广模式效果的实验对比研究[J]. 图书情报工作,2019,63(18):40-46.

练以及阅读过程控制，它与第4项D实验的差别在于：D实验增加了专家的引导、陪伴和实时的阅读交流（比如读《红楼梦》时，《红楼梦》的导师全程参与，形成了强大的凝聚力，成员最后甚至开始跟踪导师的其他课程），并在活动过程中逐步形成了浓厚的阅读共同体文化（包括保障制度建设、平台建设、阅读环境建设、激励措施、阅读成果展示、成员之间的联络和交流等）。A、B两组活动持续了两三年，但由于缺乏对活动的控制力，实验效果并不尽人意；C和D时间并不长，但效果显著。因此，4组实验的效果与实验时间的长短并不存在绝对的因果关系，其主要影响因素是实验中对阅读推广活动的控制力度和实施的模式。实验的结果证实了这一点。

4 实验结果

本研究假设评价阅读推广活动效果的几个因素：有无阅读行为发生、是否完成阅读目标、是否养成了阅读习惯、是否有体现深度阅读的书评创作和经典重现行为。实验根据阅读行为发生、阅读目标完成、阅读习惯养成这几个体现阅读效果的要素，设计调查问卷，获取统计数据，并对相关成员进行访谈。深阅读的数据来源于书评数量和经典交流会中的经典重现行为，如诵读、舞台剧表演等。

4.1 问卷统计

在问卷调查中，书目推荐组发出问卷180份，回收有效问卷162份；阅读交流组发出问卷150份，回收有效问卷138份；阅读项目组发出问卷100份，回收有效问卷100份；阅读共同体组发出问卷80份，回收有效问卷80份。问卷最低回收率达90%，总体回收率良好。

4.1.1 阅读行为 在有无阅读行为发生、是否完成阅读目标方面，设定的问题为：您是否读完一本经典？选项有读完、读了大部分、读了小部分、未开始阅读。结果如表2所示：

表2 4个组别阅读行为发生情况

组别	有效问卷	阅读行为			
		读完一本经典（a）	读了大部分（b）	读了小部分（c）	未阅读（d）
书目推荐组（份）	162	0	4	18	140
阅读交流组（份）	138	0	11	39	88
阅读项目组（份）	100	46	39	15	0
阅读共同体组（份）	80	80	0	0	0

根据表2，将阅读行为数据所占有效问卷的百分比，通过简单的加权计算，得出每组阅读推广的效率值。效率值越高，表明阅读和推广效果越好。设定读完（a）的效率值加权为100%，读了大部分（b）的为67%，读了小部分（c）的为33%，未阅读（d）的为0。计算得出效率值，计算方法为：a * 1 + b * 0.67 + c * 0.33 + d * 0。结果如表3所示：

表3 4个组别阅读行为效率值

组别	读完一本经典（a）（单位：%）	读了大部分（b）（单位：%）	读了小部分（c）（单位：%）	未阅读（d）（单位：%）	效率值
书目推荐组	0	2.5	11.1	86.4	0.053
阅读交流组	0	8.0	28.3	63.8	0.147
阅读项目组	46.0	39.0	15.0	0	0.771
阅读共同体组	100.0	0	0	0	1.000

4.1.2 阅读习惯 在阅读习惯的养成方面，书目推荐组和阅读交流组没有特别设定习惯训练，阅读项目组根据心理学习惯训练方法设定了21天习惯训练。阅读共同体组设定了包括阅读兴趣的培养、阅读习惯的训练、写作训练、表达能力的训练，并用长期的阅读计划以巩固这些能力和习惯。在问卷中，设定了如下几个问题：①是否有阅读计划；②是否每天阅读；③是否每天摘抄经典片段；④是否每天写阅读心得；⑤是否每天诵读经典片段。问题2、3、4项问卷结果统计完成后，将其与阅读项目组和阅读共同体组在网络平台提交阅读任务取得的结果进行仔细对照，问卷结果基本符合事实，如表4所示：

表4 4个组别阅读习惯训练情况

组别	有效问卷	有阅读计划	每天阅读	每天摘抄经典片段	每天写阅读心得	每天诵读经典片段
书目推荐组（份）	162	0	0	0	0	0
阅读交流组（份）	138	11	0	0	0	0
阅读项目组（份）	100	85	49	49	25	0
阅读共同体组（份）	80	80	65	65	37	11

5项结果的数据分别在有效问卷占比的基础上以20%的加权值进行加权，得到效率值结果如表5所示：

表5 4个组别阅读习惯训练效率值表

组别	有计划阅读（%）	每天阅读（%）	每天摘抄经典片段（%）	每天写阅读心得（%）	每天诵读经典片段（%）	效率值
书目推荐组	0	0	0	0	0	0.000
阅读交流组	8.0	0	0	0	0	0.016
阅读项目组	85	49	49	25	0	0.416
阅读共同体组	100	81.3	81.3	46.3	13.8	0.645

4.1.3 深阅读相关数据 引导读者进入深阅读状态是阅读推广活动取得良好效果的重要表现。在体现深阅读的思考、创作与表达上,实验得到的数据主要来自于书评和交流会中的经典重现。结果如表 6 所示:

表 6 深阅读行为体现

组别	书评(最终篇数)	进行经典重现
书目推荐组	6	无
阅读交流组	35	无
阅读项目组	85	有
阅读共同体组	276	有

4.2 分析

从问卷调查和深阅读相关数据分析中,不难看出效率值最高的是阅读共同体组,其次是阅读项目组,书目推荐组和阅读交流组要远远低于前面两组。

阅读推广就是为了推动人人阅读,以提高人类文化素质、提升各民族软实力、加快各国富强和民族振兴的进程为战略目标,而由各国的机构和个人开展的旨在培养民众的阅读兴趣、阅读习惯,提高民众的阅读质量、阅读能力、阅读效果的活动[21]。定义中揭示了阅读推广的目标是以阅读兴趣、阅读习惯、阅读质量和能力、阅读效果评价 4 个方面为核心。下面以这 4 个方面的目标来分析 4 个组别的情况。

书目推荐组和阅读交流组的实验是以阅读推荐和阅读兴趣培养为目标的经典阅读活动。由于组织者缺乏对读者阅读行为控制,因此该两组活动无论在读者阅读行为还是阅读习惯的表现上效率值都很低。另外,在阅读心得的撰写方面,由于没有深入阅读,交流会发言人员所分享的都是一些断章取义的经典片段,或者是抄袭别人阅读感悟以及支离破碎的心得。实验对书目推荐组交流会事先联系好的 6 份书评发言稿进行查重检测,重复率最高的为 100%,最低的也达 68%,存在严重的抄袭行为。在阅读交流组中,虽然阅读推广人有策划和宣传,但是效果也不佳。不过相对书目推荐组稍微好一点,原因是要求选择优秀书评参与交流会,因此上交的书评数量尚可,但质量堪忧,原创的作品只占到 20% 左右。

阅读项目组的实验是以培养阅读习惯、提升阅读质量为目标的经典阅读活动。结果显示,主要以培养阅读习惯为目标的经典阅读训练活动取得了良好的效果,46 人读完了整本经典,另外还有 39 人读完了大部分(后来的访谈中有学生认为该本经典内容太多,有 1 200页,导致 21 天没有读完);49 人做到了每天不间断地坚持阅读和摘抄,85 人上交了书评。书评的原创率通过重复检测,重复率在 30% 以下的书评有 32 篇,书评质量相对书目推荐组和阅读交流组有很大的提高。在问卷调查中回答"您觉得大学里学到什么最重要?"的问题时,70% 以上的人认为是"好的习惯",这一比例远远高于"专业知识和技能"的 20%。在问卷分析中,"读完一本经典"作为一个重要部分来衡量阅读效率值,整本阅读也是衡量阅读行为和阅读习惯的重要标志。叶圣陶先生认为"整本书"阅读才会有利于养成阅读习惯,他曾说"试问,要养成读书的习惯,不教他们读整本的书,那习惯怎么养得成?"如果有整本书作为阅读教材,那么"虽然只能读有限的几本书,但是那几本书是真正专心去读的",这就养成了读书的能力与习惯,"遇见其他的书,也就不至于望而却步了"[22]。实验结果显示,21 天整本书阅读习惯训练的活动是有效的,而且效果明显高于前两组。

阅读共同体组的实验是以培养阅读兴趣和阅读习惯、提升阅读质量和加强阅读效果评价为目标的经典阅读活动。在阅读行为、阅读习惯和深阅读数据上,效率值是最高的。活动前期导读专家的引导和各种技能讲座的开展,端正了成员的阅读态度,大大激发了成员的阅读积极性,也使得成员全部建立了自己的阅读计划并在阅读过程中正确实施。从成员在网络上提交的阅读任务来看,在活动过程中,有成员最多完成了 10 本经典的阅读,大部分成员能阅读完 3 - 5 本,最少也能阅读完两本经典书。书评统计结果显示,每位成员都至少上交了 3 篇书评,提交原创书评比例将近 90%。在经过一个学期阅读实验之后,成员已经深刻理解经典的意义,产生了浓厚的经典阅读兴趣,养成了良好的经典阅读习惯,并勤于思考,在共同体中学会了表达自己的思想,勇于探讨,相互进步。一些成员对特别感兴趣的经典不断反复重读和研究。问卷调查设计了几个关于如何看待经典阅读的问题,如"您觉得大学生应该多读什么书?"80% 以上的人认为是经典书籍;"您对经典是如何理解的?"90% 以上的人认为每本经典都有它独特的人生意义,值得阅读。由于拥有很好的氛围和平台,在活动过程中,成员不断有优秀的书评作品和舞台剧产生,最后这些优秀成果在网络平台上展示或者集结在内部刊物上发表,形成了良好的共同体文化。另外,在与参与活动的专家私下交流时发现,几乎所有的专家们都会反复阅读和研究他负责的那本经典,非常认真地做好导读、交流和互动。有专家在活动结束后不久就有相关的研究成果发表,甚至也有学生成员在专家的指导下发表经典研究学术论文。阅读推广人

通过在实践中总结,也有经典阅读推广研究论文发表。阅读共同体所有成员都在群体里获得了成长和进步。

以上是对问卷调查结果以及活动原始数据进行的相关分析,不难看出,在推广活动的效果上,4 个组别从书目推荐组、阅读交流组、阅读项目组到阅读共同体组,效率值逐步递增,阅读共同体组别在 4 组中效果最好。

5 结论与启示

从实验结果来看,在大学经典阅读推广活动中,单纯提倡书目推荐,让读者自行组织的阅读推广活动效果最差;而以阅读推广人组织实施的阅读交流活动效果要稍好一些;由阅读推广人组织、加入激励机制的阅读项目式阅读推广活动,在效果上有一个飞跃式的上升;由阅读推广人、导读专家和读者组成的以共同体模式进行的阅读推广活动,效果最好,体现出强大的凝聚力。阅读共同体模式是大学经典阅读推广活动的最佳模式。阅读推广人的专业化组织和管理、导读专家的参与以及良好的阅读推广机制和阅读氛围(阅读文化)是影响大学经典阅读推广效果的重要因素。

李桂华曾指出,传统的深阅读难以维持,新的深阅读尚未确立,混沌状态正是酝酿新思想的契机,新型阅读推广工作推进可由 3 个路径实现:创造相遇、丰富体验、回归对话[23]。谁来创造读者与读者、知识与读者、作者或专家与读者的相遇?图书馆阅读推广人。丰富谁的体验?读者,使其有归属感。如何回归对话?专家引领。张泸月论述了强烈、积极的阅读协作构建的阅读共同体拥有凝聚力和归宿感,能使读者养成良好的阅读习惯,从而使阅读推广效果可以预见[24]。两位学者提出的理念,体现出阅读共同体的内涵。

通过 4 组实验,阅读推广模式的层次已经清晰可见。每一个层次解决的矛盾和问题都不一样,都有存在的必要。对于书籍借阅和出版的宣传推广,可以使用书目推荐模式,它涉及的是书籍利用率和出版的经济效益,主要是针对推广主体自身利益而言,附带有向读者推荐阅读的效用。阅读交流模式可用于热门话题、热门书籍的探讨、无拘无束的闲聊和娱乐阅读。阅读项目模式可以广泛用于各种主题阅读中。阅读共同体模式适合经典阅读。人类文明的传承和发扬,其核心就是阅读经典,正如王余光先生所说,对于社会,经典才是社会统一价值的体现,对于教育,经典阅读是通识教育的核心[25]。要立民族之魂,要推进全民阅读,阅读推广内容的核心应是经典,而其推广的模式,就效果来看,首推阅读共同体模式。如何形成阅读共同体,是自上而下还是自下而上形成?阅读共同体的理想机制和模式怎样构建?阅读共同体形成的环境和条件如何创造?这些都有待于进一步研究和完善。

参考文献:

[1] 陈幼华. 高校图书馆阅读推广的中外对比与趋势判断——基于数据与案例的分析[EB/OL]. [2019－03－13]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1306.G2.20181109.0847.002.html.
[2] 王余光. 阅读,与经典同行[J]. 教育文汇, 2009(9):1.
[3] 汪涌豪. 经典阅读的当下意义[J]. 传承, 2012(10):38－40.
[4] 王宇,刘偲偲. 经典阅读:图书馆阅读推广的永恒主题——以沈阳师范大学图书馆为例[J]. 图书情报工作,2017,61(6):11－15.
[5] 屈哨兵,纪德君. 以大学为核心构建中华优秀传统文化的传承体系——基于中华经典阅读实践的探索与思考[J]. 高教探索,2017(5):22－25.
[6] 陈幼华,蒋丽丽. 图书馆经典阅读推广体系与平台设计研究[J]. 大学图书馆学报,2016,34(6):70－76.
[7] 朱原谅,周梅. "五维一体"的大学经典阅读体系构建与实践——以常熟理工学院为例[J]. 图书情报工作, 2017, 61(12):101－105.
[8] 岳修志. 阅读推广活动评价指标体系构建[J]. 图书情报工作, 2019,63(5):42－50.
[9] 朱园园,胡翠红,唐婷,等. 基于动态模糊综合评价的高校图书馆阅读推广效果评价研究[J]. 图书馆研究与工作,2018(8):50－54.
[10] 秦疏影. 高校图书馆精细化阅读推广模式研究与效果评价——以北京农学院图书馆阅读推广活动为例[J]. 图书情报工作, 2015,59(16):45－49,89.
[11] 杨莉. 基于 AHP 法的阅读推广效果评价指标初探[J]. 图书情报导刊,2016,1(9):58－60,148.
[12] 陈有志,赵研科. 协同背景下的阅读推广体系实证研究——以湖南省高校"一校一书"活动为例[J]. 高校图书馆工作,2014, 34(2):6－9.
[13] 吴蜀红. "一城一书"阅读推广活动的考察分析[J]. 大学图书馆学报,2012,30(4):18－23.
[14] 雷菊霞,乔婧,袁玉敏. 新环境下图书馆阅读推广工作探析——北京师范大学阅读推广实践与思考[J]. 大学图书馆学报, 2014,32(5):86－91.
[15] 马璇,李曦,王璐. 高校图书馆阅读推广活动模式研究[J]. 图书馆研究,2018,48(2):57－65.
[16] 滕尼斯. 共同体与社会:纯粹社会学的基本概念[M]. 林荣远,译. 北京:商务印书馆,1999.
[17] 张志旻,赵世奎,任之光,等. 共同体的界定、内涵及其生成——共同体研究综述[J]. 科学学与科学技术管理,2010,31(10):14－20.
[18] 施薇,戚红梅,杨鲜艳. "书小白阅读养成记":西北工业大学图书馆阅读推广新实践[J]. 图书馆建设,2017(6):58－61.

[19] 赵晨洁,杨兰芳. 大学图书馆阅读推广服务体系的设计与实现——以南京航空航天大学为例[J]. 图书馆学研究,2016(24):66-70.
[20] 付瑶,杜洋."游学阅读":图书馆体验式阅读模式再造——以沈阳师范大学"I-Share 暑期游学阅读"活动为例[J]. 图书情报工作,2017,61(6):21-25.
[21] 王波. 阅读推广、图书馆阅读推广的定义——兼论如何认识和学习图书馆时尚阅读推广案例[J]. 图书馆论坛,2015,35(10):1-7.
[22] 董菊初. 叶圣陶语文教育思想概论[M]. 北京:开明出版社,1998.
[23] 李桂华. 深阅读:概念构建与路径探索[J]. 中国图书馆学报,2017,43(6):50-62.
[24] 张泸月. 智慧阅读推广:智慧阅读时代的新常态[J]. 图书馆建设,2018(7):72-79.
[25] 王余光. 图书馆阅读推广研究[M]. 北京:朝华出版社,2015.

作者贡献说明:
朱原谅:设计实验、统计数据、撰写论文;
陈幼华:提出问题、收集资料、撰写综述、修订论文。

Experimental Comparative Study on the Effect of University Classic Reading Promotion Model

Zhu Yuanliang[1]　Chen Youhua[2]
[1] Changshu Institute of Technology Library, Changshu 215500
[2] Shanghai Jiao Tong University Library, Shanghai 200240

Abstract: [**Purpose/significance**] Study the effects of different classic reading promotion models and promote the implementation of classic reading promotion practice. [**Method/process**] According to the extent to which the organizer of the reading promotion controls the reading process and effects of the audience. This paper divides the current classic reading promotion methods into classic bibliographic recommendation mode, regular reading communication mode, reading project mode, reading community mode, and uses experimental research and questionnaire survey to compare and analyze the promotion effects of the four modes. [**Result/conclusion**] The reading community mode is the ideal mode for the promotion of classical reading in universities.

Keywords: university　classic reading promotion model　experimental effect　reading community